

гидротехнических сооружений, сезонные изменения дают нам знать-это и затопления, и шуга, пожары, несущие огромную опасность населению. на данные проблемы нужно смотреть глубже - обязывать организации, с опасным и вредным производством, соблюдать регламент, требования тех.паспортов, обновлять технику и технологии, изменять коренной подход к проблеме. Проблемы, касающиеся развития института экологии в Свердловской области, настолько быстро изменяются, как и изменяются современные технологии и требуют отлаженной системы мониторинга, контроля, серьезного разрешения и предупреждения ситуаций.

Литература

1. Официальный сайт Министерства природных ресурсов и экологии Свердловской области: <http://www.mprso.ru/> (дата обращения 01.02.2014г.).

Кольцов А.И.,
г. Санкт-Петербург

КРАУДСОРСИНГ КАК НОВАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

Краудсорсинг в настоящее время активно развивается в качестве технологии для решения любого вида проблем и задач, стоящих как перед бизнесом, так и перед государством и обществом в целом. В рамках технологии краудсорсинга решение задачи передается распределенной и очень многочисленной группе людей, за счет чего стоимость и время достижения результата радикально снижаются

Общество сегодня, говоря словами Мануэля Кастельса, находится на этапе перехода к информационной эпохе. Трудно подвергнуть сомнению тот факт, что информация и процессы ее анализа, обработки, передачи и приема в современном обществе играют ключевую роль. Весомая роль

информации и развитие технологий обуславливают переход к информационному обществу, более того, по мнению Кастельса, этот переход детерминирован революцией в информационных технологиях, которая в свою очередь создает фундамент для новой мировой технологической системы. Революция в информационных технологиях является «отправным пунктом в анализе сложностей становления новой экономики, общества и культуры» [1]. Данные изменения влияют как на социальную, так и на экономическую структуру общества: вертикальноориентированные структуры начинают замещаться гибкими и горизонтальноориентированными сетями. Данные трансформации меняют не только структуры различных систем, но и мышление рядового человека. То есть влияние технологической революции и информатизации проявляется во всех сферах жизни общества, начиная с геополитики крупных государств и заканчивая повседневной жизнью людей. Труд М.Кастельса и его идея сетевого общества, на наш взгляд, как раз и объясняют возникновение такого явления, как краудсорсинг.

Сетевые изменения, происходящие в обществе, меняют мышление индивидов внутри толпы. Более того, формируются новые поколения людей совершенного другого рода: инициативные, активные, быстро и гибко мыслящие, воспринимающие весь мир без границ, желающие что-то изменить, интегрированные в интернет-технологии[2]. По нашему мнению, это тот самый потенциальный пласт участников, своего рода «топливо» для развития краудсорсинг-проектов, и бизнес начинает осознавать это и умело привлекать молодежь к участию в краудсорсинг-проектах.

Концепция краудсорсинга:

Впервые термин «краудсорсинг» вводит в обиход и описывает как технологию Дж. Хау в своей статье «Theriseofcrowdsorsing» [3]: краудсорсинг — передача некоторых производственных функций неопределённому кругу лиц, решение общественно значимых задач

силами добровольцев, часто координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий.

В своей работе под названием «Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business» [4] Хау приводит истоки зарождения концепции краудсорсинга. Данные истоки автор связывает с работой программистов, которые трудились над созданием операционной системы Linux – системы, которая была основана на открытом коде и для своего развития требовала труда многих программистов. Создатели системы не имели средств для того, чтобы нанять работников, поэтому сделали ставку на любителей, энтузиастов, которые согласились работать за идею и это сработало. Данное достижение Хау связывает с именем К. Томпсона – программиста, который разбил работу над системой Linux на модули и отдал ее «толпе» программистов. Это было больше чем просто привлечение людей для получения выгоды, это был проект энтузиастов, вдохновленных идей. Далее Хау приводит другие примеры применения данной коммуникативной технологии: создание и функционирование Wikipedia, платформы iStockphoto, но отправным пунктом остается создание программистами ОС Linux по уникальной методике, предложенной Кеном Томпсоном.

Д. Бэйкер в своей статье «Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социально сетевых платформ» [5], описывается новую технологию менеджмента инноваций, основанную на привлечении к генерированию идей по решению проблемы организации творческого потенциала людей вовне организации с помощью социальных сетей связи. Таким образом, краудсорсинг трансформируется из своего изначального состояния в новое. Изначально, например, в программировании системы Linux, краудсорсинг – это работа в рамках одного проекта многих пользователей, они вносят не только свои идеи, но они реально работают над

проектом и они вдохновлены идеей. Бизнес же трансформировал первоначальный смысл краудсорсинга под свои нужды и использует краудсорсинг как инструмент для поиска оригинальных идей, инструмент для «выкачивания» идей из толпы. Во введении данной статьи Бэйкер подтверждает идеи Кастельса, о которых говорилось ранее: «Но в последнее время компании во всех производственных отраслях начали преобразовываться из организаций иерархических, действующих на основе административно-командных принципов, в организации с самоуправляющимися подразделениями, где традиционные вертикали власти становятся менее существенными». И эти новые организации делают акцент на менеджменте снизу-вверх, что позволяет любым работникам компании внести свой вклад в развитие компании. Назвать такую модель можно «краудсорсинг внутри организации», но некоторые компании шагнули дальше, они раздвинули стены и вступили в диалог с разнообразными источниками идей: потребителями, партнёрами и даже с конкурентами, - Г. Чезброу назвал данную модель – «открытая инновация» [6], а краудсорсинг в данном случае выступает инструментом для поиска этих инноваций. Он описывает плюсы, которые дает краудсорсинг для бизнеса: это дешевизна, это выход на огромную аудиторию, как специалистов, так и любителей из вне, это новые идеи, которые приводят к инновационным решениям, которые помогают осуществлять грандиозные проекты, это скорость, с которой решаются проблемы, это вовлечение потребителей в деятельность компании. Также Бэйкер выделил плюсы для толпы: возможность получения денежного вознаграждения, возможность донести и реализовать свои идеи, возможность почувствовать себя частью проекта. Более того, Бэйкер приводит примеры компаний, которые организуют свой бизнес на краудсорсинге: InnoCentive - площадка на которой представлены тысячи различных экспертов, созданная фармацевтической компанией EliLilly. Когда крупные компании – Proctor&Gamble, BASF и другие – сталкиваются с

исследовательской проблемой, то они могут получить за определенную сумму доступ к глобальной сети *InnoCentive*, охватывающей более 100 000 экспертов, предлагающих решение в надежде стать победителем. Более того, Эрик фон Хиппель, Сусуму Огава и Йерун де Йонг в статье *The Age of the Consumer-Innovator* [7] рассуждают о том, что потребители стали мощным источником инновационных идей, приводят ряд преимуществ, которые получают потребители товаров и услуг, и их производители используя технологию краудсорсинга.

В ходе своего развития и технологического расширения идея краудсорсинга претерпела определенные трансформации. Изначально идея краудсорсинга была романтической – это была не просто работа над проектом, а работа над проектом энтузиастов, вдохновленных идей. Бизнес же трансформировал романтическую идею под свои реалистичные нужды и использует краудсорсинг как инструмент для получения прибыли и вовлечения масс. Таким образом, происходит следующее: некие люди получают выгоду за счет других людей, которые об этом даже не догадываются и не задумываются, так как для этих людей формируется ложная мотивация, ложная реклама, ложные послы. Во многих подобных проектах активно используется манипулятивная модель коммуникации.

Разобрав истоки технологии, ее концепцию, ее инновационный и манипулятивный потенциал можно заключить следующее: краудсорсинг – это, безусловно, новый способ самореализации людей, это попытка корпораций и властных структур открыть доступ умной толпе к активной преобразующей деятельности. Однако, не всегда краудсорсинг-проекты являются такими, какими их представляют потребителю, пользователю, работнику, гражданину. Довольно часто инновационность данной технологии, и ее уникальность используют для создания ложного дискурса, который позволяет вовлечь в проект доверчивых людей и использовать их

идеи для получения выгоды, к тому же сделать это так, что вовлеченные участники не будут об этом догадываться.

Литература

1. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура/
2. Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: Гос. ун-т. Высш. шк. экономики. С.28
3. TapscotD.GrownUpDigital:
HowtheNetGenerationisChangingYourWorld,http://books.google.ru/books/about/Grown_Up_Digital_How_the_Net_Generation.html?id=DWIIY1PxkYUC&redir_esc=y P.79 (датаобращения:02.01.2014)
4. JHowe J. The rise ofcrowdsorsing//www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds_pr.html (датаобращения: 23.01.2014)
5. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М.: «Альпина Паблишер», 2012.
6. Бэйкер Д. Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социально сетевых платформ.// Проблемыуправлениявсоциальныхсистемах. №6. 2012.С.87.
7. Chesbrough Henry William. Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting from chnology. First Trade Paper Edition. Harvard Business Press, 2005.
8. Eric von Hippel, Susumu Ogawa and Jeroen P.J. de Jong.The Age of the Consumer-Innovator.MITSloan Management Review.Massachusetts Institute of Technology. URL:<http://sloanreview.mit.edu/article/the-age-of-the-consumer-innovator/>(дата обращения:22.01.2014)